

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI INDEKOST MEWAH
DI KECAMATAN KARTASURA**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Mencapai Derajat Sarjana S-1 Psikologi



Diajukan oleh:

ALIA MUHLIS DAMAYANTI

F100 090 034

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI INDEKOST MEWAH
DI KECAMATAN KARTASURA**

Naskah Publikasi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Derajat Sarjana S-1 Psikologi

Diajukan oleh :

ALIA MUHLIS DAMAYANTI

F100 090 034

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI INDEKOST MEWAH
DI KECAMATAN KARTASURA**

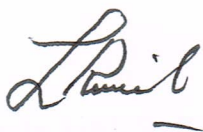
Yang Diajukan Oleh:

ALIA MUHLIS DAMAYANTI
F 100 090 034

Telah disetujui untuk dipertahankan

Di depan Dewan Penguji

Pembimbing



Rini Lestari, S. Psi., M. Si.

Surakarta, 19 Juni 2014

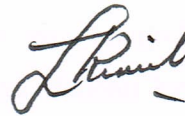
HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI INDEKOST MEWAH
DI KECAMATAN KARTASURA**

Yang Diajukan Oleh:
ALIA MUHLIS DAMAYANTI
F 100 090 034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 19 Juni 2014
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama



Rini Lestari, S. Psi., M. Si.
Penguji Pendamping I



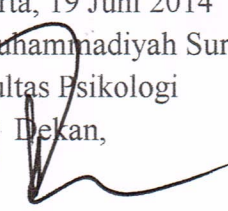
Aad Satria Permadi, S.Psi., MA.
Penguji Pendamping II



Permata Ashfi Raihana, S. Psi., MA.



Surakarta, 19 Juni 2014
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan,


(Taufik Kasturi, M. Si., Ph.D.)

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI INDEKOST MEWAH DI KECAMATAN KARTASURA

Alia Muhlis Damayanti

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

alia.24march@gmail.com

Perilaku konsumtif mempengaruhi gaya hidup mahasiswa indekost. Hal tersebut karena perhatian mahasiswa indekost mudah teralihkan sehingga keputusan untuk membeli suatu barang bukan didasarkan karena kebutuhan, melainkan hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi, seperti konformitas dan gengsi pada teman-teman atau kelompok pergaulan untuk mengikuti trend terkini. Dalam membeli suatu barang seharusnya para mahasiswa tidak berperilaku konsumtif melainkan harus memperhatikan faktor rasional atau kebutuhan dan cenderung memperhitungkan manfaat serta harga produk yang sesuai dengan kemampuan financial.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa indekost. 2) Mengetahui tingkat konformitas mahasiswa indekost. 3) Mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa indekost. 4) Mengetahui sumbangan konformitas dengan perilaku konformitas pada mahasiswa indekost. Hipotesis yang diajukan ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa indekost.

Subjek penelitian adalah mahasiswa-mahasiswa indekost area kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan usia $\pm 18-23$ tahun sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*. Berdasarkan analisis *product moment* diperoleh nilai korelasi $r = 0,646$ signifikansi $(p) = 0,000$; $(p < 0,01)$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif. Sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,8%. Konformitas pada subjek penelitian tergolong sedang yang ditunjukkan dengan rerata empirik (RE) sebesar 85,89 sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 82,5. Perilaku konsumtif pada subjek penelitian tergolong sedang yang ditunjukkan dengan rerata empirik (RE) sebesar 108,11, sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 105

Kata kunci: konformitas, perilaku konsumtif

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi saat ini, negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi tersebut membuat berbagai perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat, kebiasaan, adat, tradisi, yang lama sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan. Hal tersebut diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif masyarakat bertambah.

Perilaku konsumtif juga merupakan salah satu fenomena yang mempengaruhi hidup mahasiswa, khususnya mahasiswi indekost. Mahasiswi merupakan bagian dari remaja yang masih dalam masa perkembangannya cenderung bersikap hati-hati dalam menjaga hal-hal yang merusak penampilan. Untuk menunjang penampilan tersebut salah satunya mahasiswi cenderung berperilaku konsumtif. Parma (2007), mengatakan bahwa perilaku konsumtif

pada remaja putri cenderung dipengaruhi oleh faktor rasional dan faktor emosional. Remaja yang berperilaku konsumtif mengutamakan faktor emosionalnya saja, misalnya dengan hanya memperhitungkan gengsi dan *prestise*, sedangkan remaja yang memperhatikan faktor rasional cenderung memperhitungkan manfaat serta harga produk yang berwujud mode atau *style* populer.

Perilaku konsumtif pada mahasiswi indekost salah satunya dipengaruhi oleh konformitas terhadap kelompoknya. Konformitas berkaitan dengan perilaku konsumtif. Konformitas merupakan perilaku atau sikap mematuhi norma-norma kelompok agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Hal ini seperti pernyataan dari Baron & Byrne (2005), bahwa konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada, dengan kata lain konformitas adalah menyamakan terhadap kelompok sosial karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri.

Menurut Bandura (dalam Kurniawati, 2009) dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, menyatakan bahwa tendensi perilaku konsumtif remaja sebagian besar terbentuk dengan melihat dan meniru orang lain dalam konteks sosial. Ini terlihat dari kecenderungan mahasiswi indekost yang cenderung memasuki suatu kelompok maka pengaruh pemberian norma oleh kelompok tersebut akan berdampak pada timbulnya konformitas yang kuat. Kondisi demikian dapat membuat mahasiswi untuk ikut atau lebih menyesuaikan diri dengan norma atau kelompok agar mendapat penerimaan dari kelompok tersebut.

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen. Kelompok referensi (*reference group*) yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut (Kotler 2009). Lingkungan dalam kelompok sebagai acuan yang sangat berpengaruh pada perilaku serta gaya hidup. Berdasarkan hal ini, jika berkembang dalam suatu

konformitas khususnya kelompok yang gemar berbelanja mahasiswi indekost tersebut akan mengikuti perilaku yang terjadi dalam kelompok tersebut.

Konformitas mempengaruhi beberapa aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan aktivitas sekolah atau sosial yang diikuti, penampilan, dan nilai serta norma yang akan dianut. Teman sebaya memiliki peran yang penting dalam terjadinya konformitas pada remaja (Rachmawati, 2013). Kelompok teman sebaya membuat norma-norma yang harus dipatuhi anggota kelompoknya, bila ada yang tidak mematuhi, maka akan mendapatkan sanksi dari kelompoknya.

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan remaja bersama teman sebaya (*peer group*) tidak jauh dari masalah mode atau fashion, mengikuti *trend* fashion perlu bagi para remaja karena bisa menunjang penampilan, dengan berpenampilan menarik remaja merasa percaya diri, selain itu produk fashion dipilih karena model yang banyak dan cepat berubah (Nurhayati, 2008)

Kotler (dalam Suprapti, 2010) mengatakan bahwa kelompok akan mempengaruhi tiga hal dalam diri seseorang yaitu menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi, serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merk suatu produk. Seperti yang diungkapkan oleh Chatijah & Purwadi (2007), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal, eksternal dan proses psikologis. Kepribadian, gaya hidup, dan demografi berpengaruh terhadap sikap maupun perilaku konsumtif seseorang. Jenis, cara, dan tingkat mengkonsumsi produk dianggap sebagai bagian dari kepribadian dan gaya hidupnya. Bakat, minat, nilai dan konsep diri merupakan faktor psikologis dalam diri individu yang juga berpengaruh dalam sikap dan perilaku membeli.

Sebagian mahasiswa indekost lebih mudah terpengaruh oleh teman-teman kost dalam berpenampilan dan gaya hidup, terkadang juga karena adanya persaingan antar teman kost untuk mendapatkan pengakuan sosial. Pada kenyataannya, tidak semua mahasiswa indekost berperilaku

konsumtif. Ada juga yang berhemat dan selektif dalam membeli kebutuhan, tidak sekedar kepuasan memenuhi gaya hidup. Penyebab perbedaan tersebut disebabkan konformitas. Apabila teman-temannya adalah konsumtif dan individu tersebut memiliki konformitas yang tinggi, maka individu tersebut akan mengikuti perilaku konsumtif juga.

Hipotesis penelitian ini menyatakan terdapat ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa indekost mewah di Kecamatan Kartasura. Semakin tinggi konformitas terhadap kelompok semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah konformitas maka rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswa indekost.

METODE

Subjek yang diambil dalam penelitian adalah mahasiswa indekost area kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan usia \pm 18-23 tahun sebanyak 100 orang. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *incidental*

purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil koefisien korelasi atau $r = 0,646$ signifikansi (p) = 0,000; ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif. Sumbangan efektif menunjukkan seberapa besar peran atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantung Sumbangan efektif variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,8% ditunjukkan oleh koefisien determinan (r^2) sebesar 0,418. Hal ini masih terdapat 58,2% faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif, misalnya faktor internal yang berasal dari dalam diri

individu yang meliputi proses psikologis berkaitan dengan pengolahan informasi, pembelajaran, serta perubahan sikap dan perilaku, dan faktor eksternal yang berkaitan dengan pengaruh lingkungan serta kelompok sosial. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa konformitas tergolong kategori sedang dengan rerata empirik (RE) sebesar 85,89 sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 82,5 dengan standar deviasi (SD) = 16,5. Dan analisis perilaku konsumtif tergolong kategori sedang dengan rerata empirik (RE) sebesar 108,11, sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 105 dengan standar deviasi (SD) = 21.

Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang tidak mendasari pembelian dengan kebutuhan, namun semata-mata hanya demi kepuasan maupun kesenangan, sehingga menyebabkan pengeluaran dana yang berlebih. Perilaku konsumtif juga merupakan salah satu fenomena yang mempengaruhi hidup mahasiswa, khususnya mahasiswi indekost. Mahasiswi termasuk mudah teralihkan perhatiannya karena rayuan iklan, mengikuti teman-teman kost, kurang

realistis, cenderung boros dalam mengeluarkan uangnya, dan ingin menunjukkan siapa dirinya dengan mengikuti *trend* terbaru (Tambunan, 2001).

Menurut Baron & Byrne (2005), bahwa konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada, dengan kata lain konformitas adalah menyamakan terhadap kelompok sosial karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri.

Sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,8% ditunjukkan oleh koefisien determinan (R^2) sebesar 0,418. Hal ini masih terdapat 58,2% faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Seperti halnya pendapat dari Sumartono (2002), perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sementara faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif

individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa skala konformitas tergolong kategori sedang dengan rerata empirik (RE) sebesar 85,89 dengan standar deviasi 16,5 sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 82,5 dengan *standart deviation* (SD) = 16,5. Sedangkan hasil analisis perilaku konsumtif tergolong kategori sedang dengan rerata empirik (RE) sebesar 108,11 dengan standar deviasi 21, sedangkan rerata hipotetik (RH) sebesar 105 dengan *standart deviation* (SD) = 126. Perilaku mahasiswa indokost yang umumnya mudah sekali terpengaruh oleh teman-teman sebaya dalam hal gaya hidup karena persaingan antar teman, selain itu juga karena mahasiswa bisa diterima di kelompoknya. Disadari atau tidak, perilaku seperti ini menimbulkan perilaku konsumtif. Dengan demikian, apabila mahasiswa memiliki konformitas yang tinggi maka perilaku konsumtif tinggi dan begitu pula sebaliknya, jika memiliki konformitas yang rendah maka perilaku konsumtif rendah.

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa indeks, namun ada beberapa keterbatasan penelitian yang perlu diperhatikan, antara lain generalisasi dari hasil-hasil penelitian ini terbatas pada populasi dimana penelitian dilakukan sehingga penerapan pada ruang lingkup yang lebih luas dengan karakteristik yang berbeda kiranya perlu dilakukan penelitian ulang dengan menggunakan atau menambah variabel-variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini ataupun dengan menambah dan memperluas ruang lingkup penelitian

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Ada hubungan yang positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan *product*

moment diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar $= 0,646$ dan signifikansi $(p) = 0,000$; $(p < 0,01)$.

2. Tingkat konformitas termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini ditunjukkan oleh hasil rerata empirik (RE) sebesar 85,89 dengan rerata hipotetik (RH) sebesar 82,5
3. Tingkat perilaku konsumtif ke dalam kategori sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil rerata empirik (RE) sebesar 108,11 dengan rerata hipotetik (RH) sebesar 105.

Peranan atau sumbangan efektif konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa koefisien determinan (r^2) sebesar 0,418. Hal ini menunjukkan bahwa variabel konformitas memberi sumbangan efektif sebesar 41,8% dalam mempengaruhi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai referensi, untuk bahan masukan, pertimbangan, informasi

tambahan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, sehingga dapat menjadi acuan dalam penyempurnaan penelitian yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron, R. A., & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial Jilid 2 Edisi Kespuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Chatijah, S. & Purwadi. 2007. Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja. *Humanitas*. 4.(2).110-`123
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, M. 2009. Kelompok Acuan Remaja : Faktor Konsumsi Produk *Food Supplement* . *Phronesis Jurnal Ilmiah Psikologi Industri dan Organisasi*. 11.(1).53-64
- Nurhayati, E. 2008. Peran Peer Group Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Remaja. *Skripsi*. Yogyakarta : Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Usluhuddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Parma, S. A. 2007. Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Dalam Pembelian Kosmetik Melalui Katalog Di SMA Negeri 1 Semarang. *Intisari*. Semarang : Fakultas Psikologi UNDIP Semarang.
- Rachmawati, F. 2013. Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Konformitas Pada Remaja. *Emphaty* 2. (1). 1-16. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UAD Yogyakarta
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung : Alfabeta.
- Suprapti, N. W. S. 2010. *Perilaku Konsumen*. Bali : Udayana Press.
- Tambunan. R. 2001 *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/Remaja/>